

**HUBUNGAN KEGIATAN *PUBLIC RELATION* PT TELKOMSEL DENGAN
CITRA PERUSAHAAN**

(Survei Pada Pelanggan PT Telkomsel di Kota Padang)

SKRIPSI

Oleh:

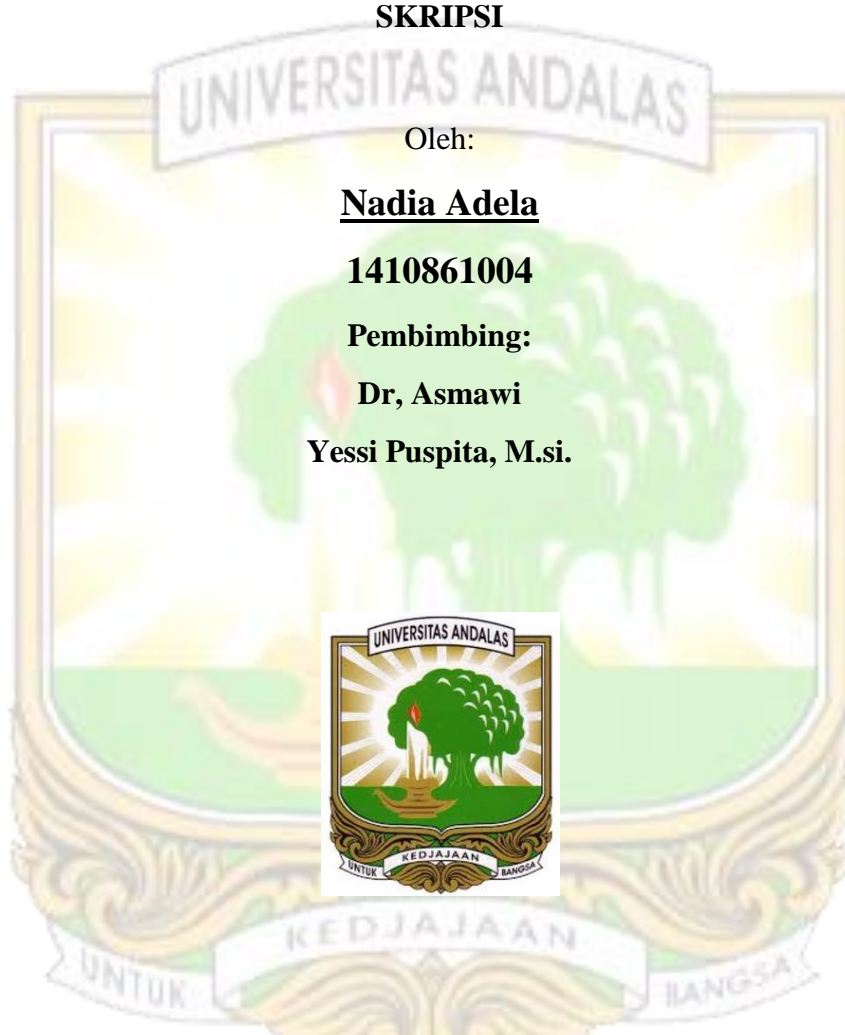
Nadia Adela

1410861004

Pembimbing:

Dr, Asmawi

Yessi Puspita, M.si.



JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2018

ABSTRAK

Hubungan Kegiatan *Public Relations* PT. Telkomsel dengan Citra Perusahaan

Oleh:

Nadia Adela

1410861004

Pembimbing:

Dr, Asmawi

Yessi Puspita, M.si.

Organisasi atau perusahaan selalu memiliki nilai-nilai atau karakteristik unik yang ingin dijaga, hal ini sering dikenal dengan citra perusahaan. Citra Perusahaan tidak akan datang dengan sendirinya melainkan dibentuk oleh masyarakat. Seperti halnya PT. Telkomsel yang menjadi operator seluler terbesar di Indonesia tidak terlepas dari pemberitaan negatif yang membuat citra perusahaan menjadi buruk dan berdampak pada krisis. Salah satu upaya perusahaan untuk menciptakan citra positif di masyarakat yakni melalui pelaksanaan kegiatan *Public Relations*.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif korelasional yang bertujuan menganalisis bagaimana hubungan kegiatan public relations PT. Telkomsel dengan citra perusahaan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori S-O-R (*Stimulus-Organism-Response*), dimana *Stimulus* adalah Kegiatan *Public Relations*, *Organism* adalah pelanggan PT. Telkomsel Kota Padang, dan *Response* adalah cira PT. Telkomsel.

Hasil uji hipotesa yang diperoleh dengan menggunakan SPSS 17.0 menunjukkan besarnya koefisien korelasi Rank Spearman sebesar 0,576, ini artinya terdapat hubungan yang signifikan dengan kategori cukup berarti atau sedang antara kegiatan *public relation* PT Telkomsel dengan citra perusahaan. Hasil penelitian ini berarti semakin baik pelaksanaan kegiatan *public relations* maka citra PT. Telkomsel dimata pelanggan akan semakin baik juga.

Kata Kunci: *Public Relations*, Citra Perusahaan

ABSTRACT

The Relationship Of Public Relations Activities PT Telkomsel With Corporate Image

By:

Nadia Adela

1410861004

Supervisors:

Dr. Asmawi

Yessi Puspita, M.Si

Organizations or companies always have unique values or characteristics to be maintained, this is often known as the company image. Corporate image will not come by itself but is formed by society. Like PT. Telkomsel which became the largest mobile operator in Indonesia is inseparable from the negative news that makes the image of the company becomes bad and impact on the crisis. Implementation of Public Relations Activities in one effort from the company to create positive image in society.

This research is a descriptive correlational study. The purpose of this research is to analyze how relationship between Public Relations Activities to the image of PT Telkomsel. This research use S-O-R (Stimulus-Organism-Response) theory. Stimulus considering to Public Relations Activities, then organism considering to active customer in the main substation of PT Telkomsel, and response considering to image of PT Telkomsel.

The result of hypothesis that use SPSS 17.0, show coefficient Rank Correlation Spearman is 0,576, it means there is a significant relationship with the category of meaningful or moderate between public relations activities PT Telkomsel with corporate image. The results of this study means the better the implementation of public relations activities then the image of PT. Telkomsel in the eyes of customers will be better too.

Keywords : Public Relations, Corporate Image